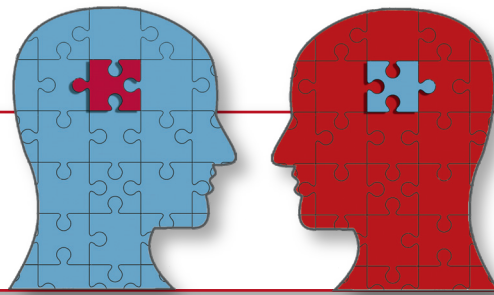


In 2016 stelde Artsenkrant een top 100 samen van de invloedrijkste personen in de gezondheidszorg.



Nu trekken we met de vraag 'Wat betekent invloed voor u?' naar een aantal van hen.

'De mensen zien dat ik het met veel goesting doe'

SERIE Het overgrote deel van de artsen behandelt aandoeningen, hij focust zich op wie het nog niet heeft. Preventie blijft tot op heden echter het kleine broertje in de gezondheidszorg. Kan Luc Colemont met Stop Darmkanker ervoor zorgen dat hier verandering in komt?

Toen u zich in 2015 voltijds ging toeleggen op preventie, ging u er dan al van uit dat u echt iets kon betekenen?

Ja, toch wel. We hadden met Stop Darmkanker voordien al een hele weg afgelegd. Mijn motto is tot nu geweest: "Als ik met mijn werk één darmkanker kan voorkomen, ben ik al tevreden". In de praktijk merk ik echter uit de berichten die ik krijg dat het er al veel meer zijn. Uiteraard geeft dat een goed gevoel. Maar het zou te veel eer zijn om die succesverhalen alleen op eigen conto te schrijven.

Vorig jaar gaf u 132 lezingen. Heeft u na elke lezing nog het gevoel, 'ik heb hier invloed gehad'?

Jazeker. Na afloop komt er telkens een aantal mensen naar mij die zeggen dat ze zich door mijn lezing "toch eens gaan laten checken". Via onze site en sociale media stromen er bijna dagelijks berichten binnen van mensen die zich effectief hebben laten testen. Vaak wordt er ook iets gevonden. Een van de bekendste voorbeelden is wellicht Steven De Smet (ex-woordvoerder Gentse politie, nvdr). Hij pikte onze berichtgeving op Twitter op en liet zich testen, ook al behoorde hij eigenlijk niet tot de risicogroep. Er werd vroegtijdig darmkanker vastgesteld.

Ik doe het nog steeds met even veel goesting en passie, de mensen zien dat. Het is niet dat ik tijdens elke lezing dezelfde tekst sta te herhalen – ik pas elke lezing aan in functie van de plaats en het publiek waar ik ga spreken.

U bent erg actief op Twitter en andere sociale media. Hoe belangrijk zijn sociale media om invloed uit te oefenen?

Toen we pas begonnen met Stop Darmkanker, hadden we quasi geen budget. Sociale media waren onze manier om een groot publiek te bereiken zonder dat het ons iets kostte. Als ik vandaag,

zeven jaar later, bekijk wat we allemaal bereikt hebben dankzij sociale media... Het is een volwaardige communicatietool, een manier om nieuwe mensen te leren kennen. Heel wat partnerships zijn bijvoorbeeld voortgevloeid uit wat in eerste instantie gewoon een tweet was. Het is ook een dankbaar feedbackkanaal. Zonder sociale media zouden we niet staan waar we nu staan, dat is zeker.

(op dreef) Ik denk trouwens dat de kracht van sociale media onderschat wordt binnen onze gezondheidszorg. Wist je dat de Mayo Clinic een aparte afdeling heeft opgericht voor sociale media? Zoiets is hier ondenkbaar. Ik heb daar destijds bij GZA veel... zeg maar discussies over gehad met de com-

municatiedienst. Kijk, gezondheidsnieuws is er altijd. Mensen zijn er op zoek naar! Deel die informatie toch gewoon. En als je het zelf niet kan, zoek dan mensen die het je kunnen uitleggen. Tot op vandaag beheer ik op mijn eentje de sociale media rond Stop Darmkanker. 'Kennis delen kan levens redden' is niet toevallig de ondertitel van mijn laatste boek.

Er schuilt een beetje een marketeer in u.

Na afloop van een lezing zei er ooit iemand tegen mij: "Ik ken u niet als arts, maar ik ben zeker dat u een betere marketeer bent". Ik stond perplex (lacht). Uiteindelijk heb ik besloten dat ik het niet zo erg vind om een marketeer genoemd te worden. Ik herken er een stukje van mijn vader in, die kon het ook goed uitleggen. Maar uiteraard schuilt de groei van Stop Darmkanker niet alleen in onze marketing-aanpak. We hebben zeer korte lijnen, ik hoef niet aan twee of drie commissies goedkeuring te vragen vooraleer iets te ondernemen. Dat scheelt.

U was 28 jaar aan het werk in Sint-Vincentius toen u zich vanaf 2016 voltijds ging toeleggen op preventie. Kwam deze 'carrièreswitch' op het juiste moment?

Al mijn vrije tijd ging naar de vzw. Ik gaf lezingen, onderhield onze sociale media, schreef een blog, zette acties op...

De kracht van sociale media wordt famous onderschat binnen onze gezondheidszorg

Op een gegeven ogenblik zei mijn vrouw: "Je hebt drie passies: de kliniek, je vzw en mij. Dat is er één te veel. Je kan er maar voor zorgen dat je een keuze maakt!" (lacht) Het aanbod van Marc Coucke was een kans die ik niet kon laten liggen (de ondernemer investeerde 2,5 miljoen euro in Stop Darmkanker, nvdr). Als je kijkt naar de bekendheid van ThinkPink, heeft darmkanker een grote achterstand. Het blauwe lintje moet even bekend worden als het roze van borstkanker, de kennis moet beter, de prevalentiecijfers omlaag. Kortom er is nog veel werk aan de winkel. Toen ik aankondigde dat ik mijn job bij Sint-Vincentius zou opgeven, dachten sommigen dat ik met pensioen ging. (verbouwereerd) Zeg, beledig mij eens niet! Stop Darmkanker was mijn passie en missie, nu is het ook mijn roeping en beroep.

Wat is de invloed van Marc Coucke vandaag?

Zijn investering maakt het mogelijk om Stop Darmkanker te professionaliseren. In het werven van fondsen kruipt tijd en energie, daarvoor heb je een team nodig. Ondertussen hebben we één persoon vast in dienst, over vier jaar hopen we een organisatie te zijn van een vijftal mensen. Als de nood echt hoog is, kunnen we op hem terugvallen maar het is natuurlijk wel de bedoeling dat we zelfbedruipend zijn. Via Twitter weet hij precies wat we doen (knipoogt).

U bent deze maand op 'tram 6' gestapt. Wanneer zal u met Stop Darmkanker bereikt hebben wat u voor ogen had?

Minister Vandeurzen hoopt dat in 2020

"Het moet normaal worden dat je over je darmen praat. Er moet een mentaliteitsverandering komen."



Wie is Luc Colemont (60)?

- Maagdarmspecialist
- Stampte samen met drie studenten in februari 2010 de actiegroep Stop Darmkanker uit de grond om strijd te voeren tegen darmkanker
- Kan zich dankzij de gulle gift van Marc Coucke sinds januari 2016 fulltime inzetten als *managing director* voor de vzw.

60% van de Vlamingen deelnemen aan het bevolkingsonderzoek. Ik denk dat we al in 2018 naar zo'n cijfer moeten streven. Maar daarvoor hebben we *de media* nodig. Tegen elke journalist zeg ik: "Ik ga darmkanker niet stoppen, *u* gaat dat doen". Door erover te schrijven. Het is jammer dat bekende mensen als Stephanie Buffel en Serge Baguet eraan moeten overlijden vooraleer media erover schrijven. Men zegt vaak dat borsten een sexy onderwerp zijn, maar vrouwen met borstkanker vinden dat allesbehalve, integendeel: borstkanker is heel ernstig. Het moet normaal worden dat je over je darmen praat, over bevolkingsonderzoeken enz.. Vandaag gaat het nog te veel over stoelgang, *blèh*, coloscopie, *blèh*. Ik hoop dat door steeds op dezelfde nagel te blijven kloppen, we ooit toch resultaat zullen boeken. Hoe vroeger hoe beter. Er moet een mentaliteitsverandering plaatsvinden.

U heeft ook de artsen nodig.

U heeft geen idee hoeveel berichten ik krijg van mensen waaruit een gebrek aan kennis blijkt bij hun arts. Deze ochtend kreeg ik nog een mail van een oudere man: *(leest voor)* "Ik ben 66 jaar en ga elk jaar naar mijn huisarts voor algemeen bloedonderzoek. Dat bloedonderzoek laat ik al doen van mijn 55 jaar. Daar staat in dat ik getest ben op darmkanker via mijn bloed. Mijn arts zegt dat hij dat via mijn bloed kan zien of ik dat heb. Ik weet niet wat ik moet geloven." Dat is toch ongelooflijk? "Die test is niet gevoelig genoeg", of "u bent nog veel te jong" zijn ook veel voorkomende verhalen. Voor die artsen heb ik de boodschap: laat u informeren. Op hun beurt moeten zij de boodschap uitdragen: *just do it*. Meer is het is niet.

Emily Nazionale

>> Lees het integrale artikel op www.artsenkrant.com.



Luc Colemont is spreker op het symposium Medische Wereld, dat plaatsvindt op zaterdag 22 april 2017 (campus UZ Brussel, Laarbeeklaan 103, 1090 Jette). Info en inschrijvingen: www.medischewereld.be.